ユーザ事例 Case Study

ブックオフオンライン株式会社様

中古本・新刊本をまとめて高速検索し、まとめて購入できる。魅力満載かつ高信頼なECサイトを構築して、年商100億円を目指す

2007年8月1日、ブックオフオンラインがサービスを開始した。中古本と新刊本をともに購入できる通販サイトである。数十冊にわたる長大な書籍やコミックのシリーズを、中古本と新刊本をとりまぜて一気に購入できる「オトナ買い」ができることと、インターネットから申し込むだけで自宅まで回収に来てくれる宅配便を使って、気軽に手元の本を売ることができるのが大きな魅力だ。サービス開始から半年ほどで、登録会員数は15万人を超えた。NTTデータはECサイトの構築と運用における豊富な技術とノウハウを発揮して、他のサイトにはない新しいサービスや機能を盛り込みながらの短期開発と、安定したサイト運営を支えている。

ブックオフオンライン株式会社

本　　社：神奈川県相模原市古淵2-14-20
サービス開始：2007年8月1日
資　本　金：3億1,000万円（2007年7月31日）
従 業 員 数：250名（2008年3月現在）
事 業 概 要：中古本販売チェーン「ブックオフ」を展開するブックオフコーポレーションの100%子会社。ブックオフオンラインの事業は、Web通販と、宅本便センター事業の2本柱である。
U　R　L：http://www.bookoffonline.co.jp/

手元の中古本を気軽に売ることができるECサイト

ブックオフオンラインのトップページは、明るく楽しくカラフルなデザインが目を引く。

「文字を小さくしない、本、DVD、CDなどの商品の画像をパッとたくさん見せるという基本ルールで画面をデザインしました。『この本を買いたい』という思いと同時に、知らない本と出会う期待感を抱いて書棚の間を歩く宝探しの期待感の両方を満たすことを目指しています」と、ブックオフオンライン株式会社　代表取締役社長 平山俊介氏は語る。

ブックオフオンライン株式会社
代表取締役社長
平山 俊介氏

買うだけではなく、手元の中古本を手軽に売ることもできる。利用者は、会員登録をして、Web上の買取申込フォームに必要な内容を入力するだけ。これだけの手間で、ブックオフオンラインと契約している宅配便が、申込者の自宅へ商品を受け取りに来てくれる。あとは、ブックオフオンラインの宅本便センターで商品の査定が行われ、代金は銀行へ振り込まれる。最寄りの店舗を捜して、重い本を運ぶといった作業はまったく必要ない。手間をかけずに本棚をすっきりさせることができて、また、新しい本を購入する意欲もわいてくるというわけだ。

サービス開始から半年で、登録会員数は15万人を超えた。サイトのアクセス数も1,500万ページビュー/月を超えており、2,000万ページビューの達成も近い。短期間に利用が急激に伸びているにもかかわらず、レスポンスが落ちず、予定外のサイトダウンも起きていない信頼性の高さもまた、ブックオフオンラインのサイトの特長のひとつである。

ブックオフオンライン検索画面

また、バックエンドで、商品のスピーディな流れを支えているのが、常時在庫100万点を誇る宅本便センターだ。同センター内には、月に100～120万点の仕入、40～50万点/月の出荷を効率よく行う工夫が凝らされている。

中古・新刊ミックスでシリーズ本を一気にそろえられる「オトナ買い」

ブックオフオンラインは、古本販売に新風を巻き起こしたブックオフコーポレーションの100%子会社だ。

「いままでは、古本屋にはネガティブなイメージがありました。これを打破して、開放的で、若い女性でも安心して入れる中古本販売チェーンを展開したのが『ブックオフ』です」と平山氏は説明する。

ブックオフは、現在では「新古書店の草分け」と呼ばれるほど知名度の高い存在となり、全国展開する店舗も900店に達した。しかしこれからは、インターネットも上手に活用していかなくてはならない。そこで、Web通販に特化した別会社として、ブックオフオンラインがスタートしたのである。別会社にしたのは、リアル店舗とバーチャル店舗を別事業にすることで、ビジネスのスピード感を追求していくためである。

ブックオフオンラインは、ブックオフの圧倒的な知名度を強みとしているだけでなく、中古販売のリアル店舗で収集されてきた利用者の声やニーズを意識して、サイトのサービスとして実現しているのも大きな特徴である。

その代表的な機能が「オトナ買い」である。

数十冊にわたっている長いコミックスの場合、すべてそろったものをワンセットで購入したいというニーズは、リアル店舗でも高い。シリーズの中の1冊が欠けていても、買うのをやめてしまう人が多いのだ。

そこでブックオフオンラインは、中古本と新刊本をミックスして、とにかく目的のシリーズを1冊残らずそろえて一気に買うことができるようにした。これが名づけて「オトナ買い」である。しかも、中古と新刊をまとめて一度で送ってくれるため、購入者は個別の送料を負担しなくて済む。

「他のサイトにはない新規のサービスですから、ネーミングにも知恵を絞りました」と平山氏はにっこりする。「オトナ買い」は、常時100万点という膨大な在庫を保有すると同時に、中古のコンテンツと新刊のコンテンツを一気に検索できるデータベースがバックエンドにあるからこそ実現することのできた、ブックオフオンラインのサイトを特長づける機能なのである。

200万点データベースの高速検索を低コストで実現

使いやすい機能を備え、信頼性が高い消費者向けECサイトを構築するために、開発パートナーとして選んだのがNTTデータである。

「相当数のベンダーに提案を求めましたが、NTTデータは、提案力と開発力で圧倒的な差がありました」と平山社長は2006年当時を振り返る。

提案で評価したのは、業界動向やブックオフおよびブックオフオンラインの業態の特徴まで踏まえて要求仕様を深く理解して、直近の課題であるECサイトの構築と、将来に向けてのビジネスの拡張提案を盛り込んだ点である。スモールスタートに徹した提案だったため、価格競争力もあった。

開発面で力の差を印象づけたのは、検索レスポンスを低コストで実現したことである。

商品データベースには、20～30年前の本まで含めて200万件の商品が登録されている。これを高速レスポンスでさまざまな角度から検索できるようにするために、検索エンジンの開発には力を入れた。

「データベースサーバーを何十台も並べて検索結果のレスポンスを出すのではなく、最小台数のサーバーだけで、2～3秒のレスポンスを実現することができました。どのサイトよりも速い、しかも必要最小限の投資で抑えています」と平山氏は胸を張る。

NTTデータをパートナーに選んだ理由として、提案力、開発力に次いで、平山氏は「人間力」を挙げた。

「ブックオフはもともとハートフルなマインドを大事にするのが社風。ベンダーのコンペティションのときにも、人間を見ました。こちらの夢を語れば共感してくれるような人間味があるか、意見が異なるときには遠慮なく激論をしてくれるか。つまり、同じ目標に向かって一緒に走ってくれる人たちのいる会社を選んだつもりです」と平山社長は語る。

さらにNTTデータは、このプロジェクトに、OSS（オープンソースソフトウェア）にくわしい開発部隊を投入した。ECサイトに求められる機能を、一段と広い知見で網羅するためである。

興味がある本を登録しておき、欲しい商品が入荷したときにメールを受け取れる「入荷お知らせメール」や価格が変動したときにメールを受け取れる「値下げお知らせメール」などの機能には、こうした知識と技術が活かされている。ユーザーのストレスにならないように、支払い決済のスピードも速い。売れ筋ランキングや検索結果表示のページは「RSS」に対応しており、サイトの先進性を印象づけている。

ロジスティクスセンター

プロジェクトマネジメントはNTTデータに一任されたが、そのやり方については非常に勉強になったと平山氏は言う。その時のプロセス管理など数々のノウハウは、自社でも取り入れられて、様々な形で活用されているそうだ。

「NTTデータは、いつも、コンピュータ用語などをあまり使わずに、論点がわかるように説明してくれます。また、こちらが譲れないビジネス上のポイントをわたしたち自身のことばで語れば、きちんとコンピュータ上でその要件を実現してくれました。『オトナ買い』はその代表格です」と平山氏は評価する。

年商100億円を目指してさらなるサービス拡張

ブックオフオンラインのサイトは、使い勝手の良さも特徴のひとつだ。

機能をシンプルに整理したうえに、ECサイトを利用したことのない人を集めてテストを重ねたことが、利用者からの予想以上の良い評価につながった。

「ECサイトというのは先行投資型ビジネスだと覚悟していましたが、サービス開始から半年経たないうちに、売上が会社設立時の目標額に達するなど、滑り出しは順調です。これから、サイト内のサービス向上はもちろん、使いやすさを追求するための2次開発などを行ってさらに魅力を高め、利益も拡大して、黒字に転じていく方針です」と平山氏は力強く語る。ブックオフオンラインは、長期的には年商100億円を目指して、システムとサービス両面の拡張を進めていく。サイトの顔でもある「オトナ買い」の機能も、一層の利便性向上を図っていく計画だ。

「NTTデータは、われわれが何をしたいのか常にキャッチアップしていて、しかも、われわれとキャッチボールする形で、提案をしてくれます。『他社がこうしているから』という理由で勧めるのではなく、我々の会社のための提案に、プロジェクトメンバーと同じ目線を持って取り組んでくれています。これからも共同作業の一体感を持って、一緒に夢を実現していきたいですね」と平山氏は目を輝かせて語った。

株式会社NTTデータ
ビジネスソリューション事業本部　W.E.B.サービスBU
TEL.050-5546-9778
http://www.nttdata.co.jp/services/casestudy/（お客様事例）

2008.4